



Comunicato Stampa

KELLOGG DONA 1 MILIONE DI COLAZIONI INSIEME A BANCO ALIMENTARE

L'azienda riconferma il suo impegno per promuovere il benessere olistico delle comunità, coinvolgendo anche i consumatori attraverso una campagna in 70 punti vendita Coop in Italia

Milano, 10 maggio 2022 - **Kellogg Italia dona 1 milione di colazioni insieme a Banco Alimentare** riconfermando il suo impegno ad essere sempre più vicina alle fasce più fragili della popolazione.

Il Covid-19 ha reso gli italiani più poveri. Secondo l'ISTAT, a fine del 2021 l'incidenza di povertà assoluta era pari al 7,5% tra le famiglie e al 9,4% della popolazione italiana tra gli individui: si tratta di oltre 1 milione e 950mila famiglie, per un totale di circa 5 milioni e 600mila individui. La presenza dei figli minori è un fattore che espone maggiormente le famiglie alla vulnerabilità. I minori in povertà assoluta nel 2021 sono 1 milione e 384mila, con una crescita quasi del 3% rispetto al 2019.¹

In questo contesto, sempre più urgente e drammatico, si consolida l'impegno di solidarietà di Kellogg. **Il contributo dell'azienda consentirà di raggiungere potenzialmente 10mila persone appartenenti alle fasce più vulnerabili della popolazione** attraverso le strutture caritative convenzionate con il Banco Alimentare su tutto il territorio nazionale. **Banco Alimentare fornirà ai beneficiari alimenti pari a 100 colazioni² per un intervallo di tempo di 100 giorni.**

All'iniziativa è associata una campagna per il coinvolgimento dei consumatori che prenderà il via ad inizio giugno e proseguirà fino a metà giugno in **70 punti vendita Iper e Super Coop Alleanza 3.0** presenti in **Abruzzo, Basilicata, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Marche, Puglia e Veneto**. Attraverso l'acquisto di prodotti Kellogg's selezionati (Special K, All-Bran e Nice Mornings), i consumatori potranno unirsi all'impegno di solidarietà di Kellogg, aiutando a donare a Banco Alimentare³. Attraverso l'invio di un SMS contenente i dati dello scontrino di acquisto, i consumatori avranno anche l'opportunità di vincere una fornitura di prodotti Kellogg's.

*"Siamo felici e grati di essere nuovamente al fianco di Kellogg Italia con questa nuova campagna – ha detto **Giovanni Bruno, Presidente Fondazione Banco Alimentare Onlus** - soprattutto in questo momento di incertezza e profonda crisi in cui le persone in difficoltà continuano ad aumentare. Grazie al prezioso aiuto da parte di aziende di prim'ordine come Kellogg, la Rete Banco Alimentare potrà rispondere in modo concreto alle migliaia di richieste di aiuto che giungono ogni giorno sempre più numerose. Banco Alimentare ha nel proprio DNA la collaborazione con le imprese soprattutto agro-alimentari, e iniziative come questa non possono far altro che rafforzare la nostra alleanza con il mondo delle aziende".*

*"Siamo orgogliosi di poter contribuire ad aiutare gli italiani in difficoltà in questo momento così critico - dichiara **Giuseppe Riccardi, General Manager Kellogg Italia**. In linea con i valori del nostro fondatore W. K. Kellogg, riconfermiamo il nostro impegno di solidarietà a vantaggio delle fasce più vulnerabili della popolazione. Un impegno a cui diamo concretezza grazie alla partnership di lungo periodo con Fondazione Banco Alimentare Onlus, e che siamo lieti di rinnovare nel 2022 con questo nuovo progetto che darà la possibilità anche ai consumatori di contribuire in modo attivo."*

Questa iniziativa si inserisce nel commitment di Kellogg per promuovere un benessere olistico a vantaggio di singoli, pianeta e comunità, così come espresso nel suo Manifesto del Benessere - la strategia decennale

¹ Nel 2021 stabile la povertà assoluta, ISTAT.

² Convenzionalmente una colazione corrisponde a 350gr di cibo, incluso il latte. Fonte: Documento Sinu-Sisa sulla prima colazione, Novembre 2018.

³ Kellogg ha donato un contributo economico a Banco Alimentare per aiutarlo a distribuire alimenti pari a 1.000.000 colazioni.

lanciata da Kellogg Europa con cui l'azienda si impegna a fornire cibo a 33 milioni di persone in stato di necessità in Europa entro il 2030 di cui 2,6 in Italia.

Da maggio 2021, data di lancio del Wellbeing Manifesto, l'azienda ha raggiunto più di **3 milioni di persone appartenenti alle fasce più fragili** della popolazione in Europa e **donato cibo per un valore di 3,2 milioni di euro. In Italia**, nel solo anno 2021 Kellogg ha raggiunto oltre **136mila persone e donato circa 59 tonnellate di cibo.**

A proposito di Kellogg

Kellogg Company (NYSE: K) ha la visione di un mondo migliore e più giusto in cui le persone non siano semplicemente "nutrite", ma appagate da quello che mangiano. Kellogg, con i suoi prodotti, vuole contribuire a creare un futuro migliore, dove ci sia "un posto a tavola" per il maggior numero possibile di persone. I brand di Kellogg includono Pringles®, Cheez-It®, Special K®, Kellogg's Frosted Flakes®, PopTarts®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® ed altri. Nel 2021, l'azienda ha ottenuto un fatturato totale di circa 14.2 miliardi di dollari, grazie soprattutto agli snacks, ai cereali, ai frozen foods e ai noodles. Tramite la strategia di ESG Kellogg's® Better Days, l'azienda vuole dare il suo contributo per affrontare questioni interconnesse come benessere, clima e sicurezza alimentare creando un futuro migliore per 3 miliardi di persone entro la fine del 2030.

Visit www.KelloggCompany.com or www.OpenforBreakfast.com .

Ufficio Stampa Kellogg

Piera Regina – Kellogg Italia – piera.regina@kellogg.com

Ufficio stampa Weber Shandwick

Valentina Nozza tel. +39 347 0834767; e-mail: vnozza@webershandwickitalia.it